

**Privacy Act Statement.** Every registration statement, short form registration statement, supplemental statement, exhibit, amendment, copy of informational materials or other document or information filed with the Attorney General under this Act is a public record open to public examination, inspection and copying during the posted business hours of the Registration Unit in Washington, D.C. One copy of every such document, other than informational materials, is automatically provided to the Secretary of State pursuant to Section 6(b) of the Act, and copies of any and all documents are routinely made available to other agencies, departments and Congress pursuant to Section 6(c) of the Act. The Attorney General also transmits a semi-annual report to Congress on the Administration of the Act which lists the names of all agents registered under the Act and the foreign principals they represent. This report is available to the public. Finally, the Attorney General intends, at the earliest possible opportunity, to make these public documents available on the Internet on the Department of Justice World Wide Web site.

**Public Reporting Burden.** Public reporting burden for this collection of information is estimated to average .49 hours per response, including the time for reviewing instructions, searching existing data sources, gathering and maintaining the data needed, and completing and reviewing the collection of information. Send comments regarding this burden estimate or any other aspect of this collection of information, including suggestions for reducing this burden to Chief, Registration Unit, Criminal Division, U.S. Department of Justice, Washington, DC 20530; and to the Office of Information and Regulatory Affairs, Office of Management and Budget, Washington, DC 20503.

*Furnish this exhibit for EACH foreign principal listed in an initial statement and for EACH additional foreign principal acquired subsequently.*

1. Name and address of registrant Karen Weiner Escalera Assoc. Inc. 125 Maiden Lane - 3 <sup>RD</sup> Floor New York, NY 10038	2. Registration No. 5412
---	-----------------------------

3. Name of foreign principal Mexico City Tourism Authority (Fondo Mixto de Promoción Turística de la Ciudad de México)	4. Principal address of foreign principal Instituto de Promoción Turística Nuevo Leon 56 Col. Condesa 06140, Mexico, D.F.
---	---

5. Indicate whether your foreign principal is one of the following:

- Foreign government
- Foreign political party
- Foreign or domestic organization: If either, check one of the following:
  - Partnership
  - Corporation
  - Association
  - Committee
  - Voluntary group
  - Other (specify) An organization that has been established through the combined funding of both the private sector and the city government.
- Individual-State nationality \_\_\_\_\_

CRIMINAL  
REGISTRATION  
UNIT  
2001 FEB 15

6. If the foreign principal is a foreign government, state:

- a) Branch or agency represented by the registrant. N/A
- b) Name and title of official with whom registrant deals.

7. If the foreign principal is a foreign political party, state:

- a) Principal address. N/A
- b) Name and title of official with whom registrant deals.
- c) Principal aim

8. If the foreign principal is not a foreign government or a foreign political party,

a) State the nature of the business or activity of this foreign principal

Further the development and execution of programs that will generate tourism, specifically through the use of publicity, advertising, and other promotional campaigns.

b) Is this foreign principal

Supervised by a foreign government, foreign political party, or other foreign principal Yes  No

Owned by a foreign government, foreign political party, or other foreign principal Yes  No

Directed by a foreign government, foreign political party, or other foreign principal Yes  No

Controlled by a foreign government, foreign political party, or other foreign principal Yes  No

Financed by a foreign government, foreign political party, or other foreign principal Yes  No

Subsidized in part by a foreign government, foreign political party, or other foreign principal Yes  No

9. Explain fully all items answered "Yes" in Item 8(b). (If additional space is needed, a full insert page must be used.)

The Fondo Mixto (literally translated: "Mixed Funds") is an organization formed to oversee the promotion of tourism to Mexico City. It receives its funding in part from the private sector organizations & businesses of the city and in part from the Finance Secretary of the Federal District Government of Mexico.

10. If the foreign principal is an organization and is not owned or controlled by a foreign government, foreign political party or other foreign principal, state who owns and controls it.

N/A.

Date of Exhibit A	Name and Title	Signature
10/24/00	Christina Miranda Vice President	Christina Miranda

**INSTRUCTIONS:** A registrant must furnish as an Exhibit B copies of each written agreement and the terms and conditions of each oral agreement with his foreign principal, including all modifications of such agreements, or, where no contract exists, a full statement of all the circumstances by reason of which the registrant is acting as an agent of a foreign principal. One original and two legible photocopies of this form shall be filed for each foreign principal named in the registration statement and must be signed by or on behalf of the registrant.

**Privacy Act Statement.** Every registration statement, short form registration statement, supplemental statement, exhibit, amendment, copy of informational materials or other document or information filed with the Attorney General under this Act is a public record open to public examination, inspection and copying during the posted business hours of the Registration Unit in Washington, D.C. One copy of every such document, other than informational materials, is automatically provided to the Secretary of State pursuant to Section 6(b) of the Act, and copies of any and all documents are routinely made available to other agencies, departments and Congress pursuant to Section 6(c) of the Act. The Attorney General also transmits a semi-annual report to Congress on the Administration of the Act which lists the names of all agents registered under the Act and the foreign principals they represent. This report is available to the public. Finally, the Attorney General intends, at the earliest possible opportunity, to make these public documents available on the internet on the Department of Justice World Wide Web site.

**Public Reporting Burden.** Public reporting burden for this collection of information is estimated to average .33 hours per response, including the time for reviewing instructions, searching existing data sources, gathering and maintaining the data needed, and completing and reviewing the collection of information. Send comments regarding this burden estimate or any other aspect of this collection of information, including suggestions for reducing this burden to Chief, Registration Unit, Criminal Division, U.S. Department of Justice, Washington, DC 20530; and to the Office of Information and Regulatory Affairs, Office of Management and Budget, Washington, DC 20503.

1. Name of Registrant <i>Karen Weiner Escalera Assae. Inc.</i>	2. Registration No. <i>5412</i>
3. Name of Foreign Principal <i>Mexico City Tourism Authority (Fondo Mixto de Promoción Turística de la Ciudad de México)</i>	

Check Appropriate Boxes:

- 4.  The agreement between the registrant and the above-named foreign principal is a formal written contract. If this box is checked, attach a copy of the contract to this exhibit.
- 5.  There is no formal written contract between the registrant and the foreign principal. The agreement with the above-named foreign principal has resulted from an exchange of correspondence. If this box is checked, attach a copy of all pertinent correspondence, including a copy of any initial proposal which has been adopted by reference in such correspondence.
- 6.  The agreement or understanding between the registrant and the foreign principal is the result of neither a formal written contract nor an exchange of correspondence between the parties. If this box is checked, give a complete description below of the terms and conditions of the oral agreement or understanding, its duration, the fees and expenses, if any, to be received.

7. Describe fully the nature and method of performance of the above indicated agreement or understanding.  
*Registrant agrees to provide public relations counsel and execute media relations on behalf of Foreign Principal as it pertains specifically to the promotion of tourism.*

CRM/ISS  
2011 FEB 26 AM 9:41  
RECEIVED

8. Describe fully the activities the registrant engages in or proposes to engage in on behalf of the above foreign principal.

Registrant will engage in:

- Distribution of press releases about cultural festivals, tourism attractions, and other tourism-related news.
- Arranging press visitation to encourage first-person media coverage of the tourism attractions of Mexico City.
- Representation of Foreign Principal at U.S. trade shows that are key tourism industry events.
- Designing/distributing newsletter for Foreign Principal that will be mailed to U.S. travel agents. Content will focus on current tourism attractions.

9. Will the activities on behalf of the above foreign principal include political activities as defined in Section 1(o) of the Act and in the footnote below? Yes  No

If yes, describe all such political activities indicating, among other things, the relations, interests or policies to be influenced together with the means to be employed to achieve this purpose.

Date of Exhibit B	Name and Title	Signature
10/24/00	Christina Miranda Vice President	Christina Miranda

Footnote: Political activity as defined in Section 1(o) of the Act means any activity which the person engaging in believes will, or that the person intends to, in any way influence any agency or official of the Government of the United States or any section of the public within the United States with reference to formulating, adopting, or changing the domestic or foreign policies of the United States or with reference to the political interests, policies, or relations of a government of a foreign country or a foreign political party.

CONTRATO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS DE RELACIONES PÚBLICAS QUE CELEBRAN POR UNA PARTE BANCOMER, S.A. INSTITUCIÓN DE BANCA MÚLTIPLE, GRUPO FINANCIERO DIRECCIÓN FIDUCIARIA EN SU CARÁCTER DE INSTITUCIÓN FIDUCIARIA EN EL FIDEICOMISO N°30343-8 "FONDO MIXTO DE PROMOCIÓN TURÍSTICA DEL DISTRITO FEDERAL", EN LO SUCESIVO "EL FONDO" REPRESENTADA POR LOS C.C. INGENIEROS AGUSTÍN ARROYO LEGASPI Y GABRIEL CABELLO MARTÍNEZ, EN SU CARÁCTER DE APODERADOS ESPECIALES, Y POR LA OTRA "KWE ASSOCIATES" INCORPORATED, REPRESENTADA POR LA C. KAREN WEINER ESCALERA, EN SU CARÁCTER DE PRESIDENTE DE LA JUNTA DIRECTIVA, A QUIEN EN LO SUCESIVO SE LE DENOMINARA "KWE", AL TENOR DE LOS SIGUIENTES ANTECEDENTES, DECLARACIONES Y CLÁUSULAS:

### ANTECEDENTES

- A) Con fecha 16 de noviembre de 1998, se formalizo el contrato de fideicomiso el cual se identifica en los registros de "El Fondo" con el N° f/30343-8, al cual se le denomino "Fondo Mixto de Promoción Turística del Distrito Federal", otorgado por la Secretaría de Finanzas del Gobierno del Distrito Federal, en su carácter de fideicomitente.
- B) El fideicomiso señalado tiene como finalidad apoyar el desarrollo y ejecución de programas para promover, fomentar y mejorar la actividad turística del distrito federal, a través de la elaboración y difusión de campañas de promoción y publicidad turística nacional e internacional, a través de aquellos medios de difusión que existan en el ámbito nacional e internacional.
- C) Que el Comité Técnico, una vez analizada las propuestas de los proveedores, mediante el respectivo mecanismo de adjudicación, consideró a "KWE" la mejor opción para el cumplimiento de las obligaciones que se deriven del presente contrato.
- D) Para cubrir las erogaciones que se deriven del presente contrato el Comité Técnico del fideicomiso autorizó en el acuerdo FMPT-DF/11-09-00/139, la contratación de los bienes y servicios requeridos.



RECIBIDO 26 NOV 98 AM 9:45  
SECRETARÍA DE FINANZAS  
DISTRITO FEDERAL



## CLAUSULAS

**PRIMERA.- OBJETO:** El objeto del presente contrato es la prestación por parte de "KWE" a "El Fondo" de los servicios de relaciones públicas, y representación a en los Estados Unidos de Norte América y Canadá, mediante la elaboración de campañas y estrategias que permitan la identificación y contacto de "El Fondo" y sus campañas en los países citados.

**SEGUNDA.-** Para efecto de dar cumplimiento al objeto del presente contrato, "KWE" se compromete a realizar la totalidad de los servicios de relaciones públicas, representación y en los lugares, formas y especificaciones contenidas en el Anexo Dos del presente contrato, el cual firmado por las partes forma parte integral del mismo así como de lo establecido en la presentación realizada ante el Comité Técnico de "El Fondo", de la cual se deriva el presente contrato. Cualquier cambio, en los términos o las condiciones de éste contrato o contratación por servicios adicionales, quedará acordado mutuamente por escrito por las partes antes de proporcionar dichos servicios.

**TERCERA.-** Por los servicios a que se refieren las cláusulas primera y segunda de este instrumento, "El Fondo" pagará a "KWE" la cantidad de **US \$999,882.00 (novecientos noventa y nueve mil ochocientos ochenta y dos dólares americanos 00/100)** pagadero en moneda nacional al tipo de cambio vigente a la fecha de realizar el pago; dicha cantidad no generará el impuesto al valor agregado, en virtud de no encontrarse en el supuesto normativo establecido en el artículo primero de la Ley del Impuesto al Valor Agregado, y será facturada por adelantado y pagada de la misma forma por "El Fondo" dentro de los diez primeros días de cada mes correspondiente a la factura en cuestión, previa autorización de los programas a efectuarse dentro del periodo que corresponda, dicha cantidad total no podrá ser variada o modificada, ya que las partes expresamente así lo convienen, y será pagadera en los tiempos y formas establecidos en la presente cláusula y en el Anexo Tres del presente instrumento.

El pago a que se refiere la presente cláusula, se realizará conforme al tipo de cambio que para solventar obligaciones en moneda extranjera, sea publicado por el Banco de México en el Diario Oficial de la Federación en el día hábil anterior al pago.

**CUARTA.-** "KWE" se compromete a entregar mensualmente a "El Fondo" un informe detallado de las actividades realizadas en ese periodo, la falta del informe

antes citado, dará lugar a la retención del pago correspondiente al mes siguiente por parte de "El Fondo", sin responsabilidad alguna para éste.

**QUINTA.- RECEPCIÓN DE LOS TRABAJOS.-** La recepción de los trabajos a que se refiere el presente instrumento, será siempre a satisfacción de "El Fondo", reservándose este el derecho de reclamar los trabajos faltantes o que no hayan alcanzado las expectativas determinadas conjuntamente por "El Fondo" y "KWE", siempre y cuando estos trabajos hayan resultado del desempeño exclusivo de "KWE" y/o sus subcontratantes. En este caso "KWE", tendrá un plazo de treinta días para corregir cualquier diferencia. En caso de que no se llegue a un acuerdo, la disputa se llevará a una entidad independiente para arbitraje.

**SEXTA.-** "KWE" emprenderá toda precaución posible, para proteger la propiedad de "El Fondo" bajo su custodia, pero no asume responsabilidad por daños a esa propiedad a no ser por negligencia de su parte en relación a su cuidado. "KWE" no asume responsabilidad por daños a ninguna propiedad bajo custodia bajo control de terceros, siempre y cuando "El Fondo" se encuentre en conocimiento de tal hecho. Todo material que se produzca de conformidad con el presente instrumento y del cual "El Fondo" asuma el costo, será propiedad de "KWE" hasta que sean pagados en su totalidad los costos, gastos y honorarios incurridos en la preparación de dichos materiales.

**SEPTIMA.-** "KWE" se obliga a iniciar los trabajos de relaciones públicas que se menciona en la cláusula segunda de este contrato, a mas tardar el día 01 de septiembre del 2000, comprometiéndose a entregar a "El Fondo" los trabajos concluidos y a su entera satisfacción a mas tardar el día 30 de abril del año 2001, fechas en la que terminará la vigencia del presente instrumento.

En caso de que "KWE" no cumpla con la entrega de los trabajos objeto de este contrato en los términos pactados en el presente instrumento, "El Fondo" podrá rescindir administrativamente el presente contrato y reclamar el pago de los daños y perjuicios ocasionados.

**OCTAVA.-** A efecto de garantizar el cumplimiento de las obligaciones contenidas en este instrumento, "KWE" se compromete a otorgar una fianza a favor de Bancomer S.A. Institución de Banca Múltiple, Grupo Financiero Dirección Fiduciaria, únicamente en su carácter de fiduciaria del Fideicomiso "Fondo Mixto

de Promoción Turística del Distrito Federal" por un monto equivalente al 10% (diez por ciento) del monto total del presente instrumento.

**NOVENA.- "El Fondo"** podrá verificar en cualquier momento que la realización de los trabajos a que se refiere el presente instrumento se estén ejerciendo por **"KWE"** de acuerdo a lo establecido en este contrato y a las instrucciones que **"El Fondo"** le encomiende, mediante aviso por escrito con tres días de anticipación a la verificación. En caso de no hacerlo, **"El Fondo"** podrá optar por la rescisión administrativa.

**DECIMA.- "El Fondo"** asumirá responsabilidad total y única de autorización y aprobación y difusión de toda información y material emitido a su favor, siempre y cuando éste lo haya solicitado y aprobado previamente, así mismo asumirá la responsabilidad total y única por la precisión, totalidad y conformidad legal de toda información que proporcione o autorice para el uso de **"KWE"**.

#### **DECIMA**

**PRIMERA.- "KWE"** compensará a **"El Fondo"** contra todas y cualesquiera pérdidas, obligaciones, daños y perjuicios, demandas, transacciones, sentencias, costos y gastos judiciales incluyendo honorarios de abogado, que incurran como resultado de cualquier demanda por difamación, sea oral o escrita, violación de derechos de autor, violación de derechos de marca registrada, violación de derechos de reparación comercial, competencia desleal, apropiación indebida de ideas, estrés emocional provocado, violación de derecho a la privacidad o a la publicidad basadas en los trabajos que **"KWE"** ejecute a su favor en relación con el presente instrumento; la anterior disposición no se aplicará para cualquier demanda o reclamación que se presente por agentes, empleados o contratistas contratados por **"El Fondo"**. Así mismo **"El Fondo"** acuerda compensar a **"KWE"** contra todos y cualesquiera daños que resulten de cualquier demanda o reclamación que se base en el uso del material que haya sido previamente autorizado y proporcionado por **"El Fondo"** o por cualquiera de sus empleados agentes o contratistas contratados por este último.

Así mismo, las partes acuerdan en compensarse mutuamente en el caso de daños ocasionados por cualquier reclamación presentada por empleados, agentes y contratistas contratados por una de las partes sin previa autorización y por escrito de las mismas.

REGISTRADO  
MEXICO

**DECIMA**

**SEGUNDA.-** En caso de que durante el ejercicio del presente Contrato resulte conveniente la contratación o subcontratación de terceros, ésta deberá realizarse previa autorización por escrito de "El Fondo", comprometiéndose éste mismo a absorber todo honorario o gasto que se genere por tal motivo, previo estudio y autorización de dichas contrataciones.

**DECIMA**

**TERCERA.-** En caso de que "El Fondo" contrate a un miembro de equipo de "KWE" como empleado de su empresa mientras este en vigor este contrato, "El Fondo" esta de acuerdo en compensar un monto equivalente a la cantidad necesaria para reclutar una persona que reemplace dicho empleado. Esta cantidad de basará en el 30% del salario base de los susodichos empleados. Se facturará esta cantidad el mes siguiente al anuncio de la contratación de dicho empleado.

**DECIMA**

**CUARTA.-** "KWE" se constituye como único empresario y patrón del personal que ocupe con motivo de las obras materia de este contrato, por lo que será el único responsable de las obligaciones derivadas de las disposiciones legales y demás ordenamiento en materia de trabajo y de seguridad social, por lo que acepta responder de todas las reclamaciones que sus trabajadores presentaren en su contra o en contra de "El Fondo" en relación con los trabajos materia de este instrumento.

**DECIMA**

**QUINTA.-** Las partes acuerdan en que "EL FONDO" podrá dar por suspendido temporalmente o por terminado definitivamente el presente contrato en cualquier tiempo, cuando concurren razones de interés general, previa notificación que se haga a "KWE" con 30 días de anticipación.

**DECIMA**

**SEXTA.-** Ninguna de las partes podrá ceder a terceras personas físicas o morales los derechos u obligaciones derivados del presente contrato, sin autorización por escrito de las mismas.

**DECIMA**

**SEPTIMA.-** Las partes convienen que en todo lo relacionado con la interpretación, cumplimiento, ejecución del presente contrato, si llegará a surgir una disputa entre las partes, se tratará primero de llegar a una solución amigable por medio de diálogos o negociaciones, si tal método fallará, las partes aceptan que para cualquier demanda basada en o relacionada con este contrato expresamente someterse al procedimiento de ejecución establecido por los artículos 93, 93 Bis y 94 de la Ley Federal de Instituciones de Fianzas de la República Mexicana someterse a la jurisdicción de los tribunales de justicia del Distrito Federal renunciando expresamente a la competencia que les pudiera corresponder en virtud de sus domicilios presente o futuros.

Habiendo leído las anteriores declaraciones y cláusulas y entendiendo el alcance y fuerza legal de las mismas, lo firman en la Ciudad de México, Distrito Federal a los 01 días del mes de septiembre del año dos mil.

Por "KWE"



**KAREN WEINER ESCALERA**

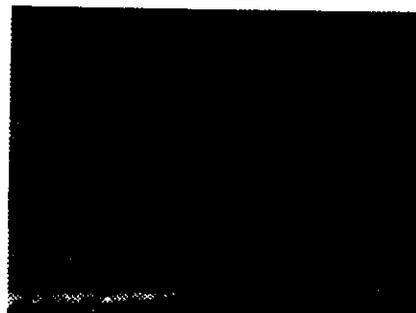
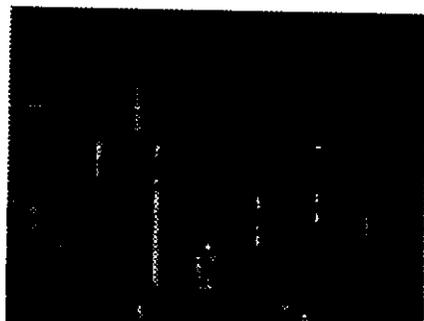
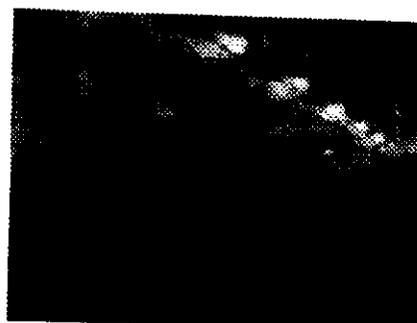
Por "EL FONDO"



**ING. AGUSTÍN ARROYO LEGASPI**



**GABRIEL CABELLO MARTÍNEZ**



**Recomendaciones en materia de Relaciones Públicas  
Fondo Mixto de Promoción Turística de la Ciudad de México**

**Septiembre 2000 – Abril 2001**

*Br*  
REGISTRADO  
2001 FEB 26 AM 9:45  
SECRETARÍA DE TURISMO  
*Gen*

**KWE**

## **I. OBJETIVOS**

- Incrementar el número de visitantes de otros países, la duración de su estancia y el gasto per cápita
- Generar un flujo constante de cobertura positiva
- Posicionar a la Ciudad de México como un destino ideal para los 15 grupos de interés especial, delineados en el plan de mercadotecnia
- Crear consciencia del potencial de la Ciudad como destino de esparcimiento entre los miembros de la industria de viajes y los viajeros internacionales
- Promover que los viajeros de negocios extiendan su estancia

## **II. ESTRATEGIAS**

- Continuar promoviendo la imagen de la Ciudad como lugar de paseo vacacional y "de puentes"
- Enfatizar la muy favorable razón entre precio y valor
- Fomentar el tema "De un vistazo a lo que hay de nuevo en la Ciudad de México", aprovechando el interés y entusiasmo venidos con el cambio de gobierno
- Concentrar la atención prestada a los eventos especiales y festividades, mediante el uso de medios electrónicos, radio y TV, para alentar la realización de "viajes de último minuto"
- Desarrollar una sólida base de datos y red de comunicación con vendedores potenciales, proveedores y socios en mercadotecnia para tomar ventaja de sinergia
- Fomentar las alianzas de mercadotecnia, con los medios y corporaciones que elaboran productos de consumo, de manera que se expanda el alcance de las campañas
- Continuar con un agresivo plan de viajes de familiarización para representantes de medios
- Coordinar esfuerzos con la nueva agencia de publicidad para asegurar una campaña totalmente integrada

## **III. MERCADOS BLANCO**

- Agentes de viajes
- Operadores de tours
- Aerolíneas
- Entidades de la industria de viajes y medios de consumo
- Líderes de opinión
- Asociaciones de la industria turística
- Grupos de planeación de convenciones, eventos e incentivos
- Viajeros de negocios y placer
- Corresponsales extranjeros en la Ciudad de México.

## **IV. RELACIONES CON LOS MEDIOS**

### **A. Nuestro Énfasis**

Continuaremos con nuestro muy exitoso programa de concentración en las 15 categorías de interés especial, delineadas en el plan de mercadotecnia: de gastronomía y arqueología a viajes familiares y culturales. Esta estrategia ha probado su efectividad al evadir por completo, o minimizar la atención puesta anteriormente en los temas de seguridad y otros relacionados con la calidad de vida. De la misma forma, ha asegurado la cobertura de las variadas atracciones turísticas de la Ciudad, reforzando la imagen de la Ciudad como destino de esparcimiento. Al mismo tiempo, siempre que ha sido posible, hemos tomado ventaja de las oportunidades para interponer noticias relativas al descenso de la actividad criminal, nuevas medidas de seguridad y mejoras en la calidad del aire en todas las comunicaciones con los medios. Continuaremos subrayando nuevos desarrollos turísticos, nuevos complejos hoteleros e Inversiones en infraestructura turística, que solidifican la salud y espiral de crecimiento de la industria del turismo recreativo en la Ciudad de México.

La estrategia de enfatizar eventos y exhibiciones especiales para promover reservaciones súbitas ha sido muy efectiva, poniendo de manifiesto el gran interés de los medios en noticias de este tipo. De cualquier manera, el reto ha sido obtener información inmediata para maximizar la cobertura de los medios —por ejemplo, el Festival de Centro Histórico y la exhibición de obras de Diego Rivera fueron dos de los más efectivos temas de comunicados de prensa en términos de la reacción que causaron, pero no obtuvieron cobertura en revistas en virtud de la poca anticipación con que supimos de los eventos.

Durante los próximos meses, de manera conjunta con el Departamento de Relaciones Públicas en la Ciudad de México, buscaremos establecer y asegurar relaciones con organizaciones en los campos de las artes, la cultura y otros diversos, con la meta de disponer de esta información con mayor antelación. Además, la agencia monitorea ahora las noticias de la Ciudad de México via internet con regularidad para información adicional.

### **B. Elementos del Programa**

#### **1. Carpetas de Prensa**

Durante el año pasado hemos distribuido más de 300 carpetas de prensa en cinco idiomas a miembros de los medios en el Continente Americano y Europa. En este momento, estamos actualizando las carpetas existentes para agregarles información reciente, especialmente en los rubros de inversiones en turismo, nuevas atracciones y logros en el control de la calidad del aire y las condiciones de seguridad para los visitantes.

#### **2. Medios de Difusión**

Posicionamientos en mercados clave, de Nueva York y Baltimore a Los Ángeles, en radio y televisión representaron sustantivos logros en el año pasado; igualmente importante fue nuestra red de lanzamientos aprovechando la amplia gama de oportunidades de transmisión en el ámbito nacional y local. Por primera vez, los

productores de programas de alto nivel están pensando en la Ciudad de México —el destino de turismo recreativo— como una opción. Algunos de los que antes estaban decididamente opuestos a cubrir la Ciudad de México, debido a nuestro conveniente programa de correo directo aplicado a la distribución de comunicados de prensa, están ahora considerando nuestro mensaje; otros, aguardan la publicación de noticias que sirvan de enlace con su actividad específica para enviar representantes y otros más, requieren de imágenes de la Ciudad de alta calidad.

Las campañas de transmisión recibirán mayor parte de nuestros esfuerzos en los próximos meses. Hemos presupuestado la adquisición de nuevos segmentos de imágenes, necesidad crítica para un programa exitoso, que logre apoyar nuestras nuevas historias y nuevas invitaciones. Continuaremos dando seguimiento a los contactos en nuestra lista de quienes han recibido invitaciones previas. Entre los temas que hemos determinado los más efectivos figuran:

La Ciudad de México vanguardista y su colonia Condesa

La "auténtica" cocina mexicana en la capital del país

El México de Diego Rivera: conversaciones con la hija del pintor

La "nueva" Ciudad de México: su arquitectura, restauración y atracciones culinarias

La Ciudad de México para los amantes de la buena mesa: cocina prehispánica,

Repostería Ideal, bares para beber tequila, Dulcería Celaya, etc.

Muestras de algunos de los programas clave con los que trabajaremos incluyen:

- Travel Café, NBC-Los Ángeles, en un episodio dedicado al turismo en general en la Ciudad de México
- A & E Biography, sobre la vida de Diego Rivera, su obra y una entrevista con su hija
- People's Guide to Travel, un vistazo a la Ciudad de México para descubrir sus oportunidades en turismo recreativo
- Food Network: lo mejor en servicio, aventura y paseos extravagantes
- Matt Lauer y the Today Show: la Ciudad de México desconocida
- E! y Style, un vistazo a los mejores hoteles de la Ciudad de México
- CNN Travel Guide: la Ciudad de México para los viajes de esparcimiento
- House and Garden Channel: Vistas a la arquitectura de la Ciudad
- Good Morning America, transmitiendo en vivo desde la Ciudad de México
- Además, Bloomberg Television: programas locales de viajes en sistema abierto y por cable; Univisión; CNNfn; Discovery Channel y otros.

Usaremos distintos métodos para la cobertura en radio. Aseguraremos entrevistas con funcionarios del Fondo Mixto de Promoción Turística del Distrito Federal en el marco de sus viajes a los Estados Unidos. Hemos seleccionado dos comunicados radiofónicos sobre nuevas exhibiciones y sucesos relevantes en la Ciudad. Los comunicados serán distribuidos a 2000 estaciones por medio de la Asociación de Prensa, Westwood Radio y USA Radio Network. Pondremos especial empeño en hacer coincidir la distribución de estos materiales con la del segmento de imágenes para maximizar el impacto. Sugerimos también la coordinación de labores con la agencia de publicidad, para que al comprar tiempo-aire obtengamos promociones con valor agregado: de visitas a personalidades de la radio a concursos al aire.

### 3. Programa de visitas de periodistas VJP

Continuaremos con nuestro exitoso programa VJP, el cual trae calidad y cantidad de atención de los medios a la Ciudad de México. Programaremos un viaje por mes, incluyendo entre 6 y 8 periodistas para una visita temática. Enfatizaremos más los medios canadienses. Las visitas de periodistas se sumarán a los viajes individuales que coordinaremos. Nuestro programa tendrá una duración de ocho meses e incluirá de 55 a 70 personalidades del periodismo.

Entre los temas para las visitas del próximo año se encuentran:

- La Ciudad de México en los ojos de un arquitecto
- Mexico City Chic
- Combinando negocios y placer
- Historia y Arqueología, poniendo de relieve la restauración del Castillo de Chapultepec
- Congreso Internacional del Turismo
- Gastronomía y mercados de la Ciudad de México
- Festival del Centro Histórico
- Arte contemporáneo

Adicional al programa VJP será la participación en el "Bill Muster Photo Showcase", de la Society of American Travel Writers, que premia a lo mejor de la fotografía de turismo en Norte América. A través de la donación de un paquete de viaje a la Ciudad de México como premio para el ganador del concurso, tendremos la oportunidad de ser anfitriones de uno de los más reconocidos fotógrafos de la organización y generar buena voluntad entre los miembros de la organización.

### 4. Buró de Noticias

Al tiempo que los medios de la industria y socios en mercadeo —y cada vez más— recurren a nosotros como fuente de información, esperamos seguir constituyendo la infraestructura óptima para responder a la necesidad de un *Buró de Noticias*. Continuaremos la expansión de nuestro equipo de dedicados escritores y fotógrafos, desarrollando actividades como

- Comunicados de prensa: Nuestro objetivo aquí será un mínimo de 24 comunicados y/o carpetas de imágenes. Usaremos el *Banco de Recursos para Medios KWE*, creando listas de distribución altamente especializadas, que permitirán agrupación por: segmento industrial, localización geográfica, canales y circulación; para su entrega por fax, correo electrónico o tradicional, el método que resulte más efectivo. Traduiremos, además, entre 8 y 10 comunicados al idioma español para medios hispanos en nuestra lista clasificada.
- Coordinación de información y atención de peticiones de imágenes de los medios, actuando como portavoz, organizando visitas y entrevistas individuales de medios.
- Representación ante la Society of American Travel Writers: Representaremos a la Ciudad de México en la convención anual de la Sociedad Norteamericana de Escritores sobre Turismo a celebrarse en Gales este octubre.

- Archivo de todos los materiales de prensa y la colección de imágenes: Hemos presupuestado también la expansión de nuestra colección de fotografía original, para continuar proveyendo nuevos y frescos materiales tanto para su uso en comunicados de prensa y boletines, como para llenar las solicitudes de medios.
- Coordinación con la agencia de publicidad: Desarrollar una estrecha relación de trabajo y coordinación de actividades con la nueva agencia de publicidad será una prioridad para KWE. Nos esforzaremos por aprovechar al máximo las sinergias y promociones de valor agregado que impliquen potencial de alcance adicional.

**5. Grupos de planeación de convenciones, eventos e incentivos:**

El segundo Congreso Anual de Turismo representa la ocasión ideal para invitar a los representantes de medios especializados en la planeación de convenciones, eventos e incentivos a "redescubrir" la Ciudad de México y conocer al renovado Oficina de Congresos y Convenciones de la Ciudad de México. Nos aseguraremos de permanecer en contacto constante con este sector de importancia creciente, iniciando entrevistas uno a uno en cualquier oportunidad que se presente, de manera conjunta con visitas al Departamento de Ventas

**V. MATERIALES PROMOCIONALES**

**A. Boletines**

Conduciremos investigación preliminar, escribiremos, produciremos y distribuiremos dos números del Boletín de Noticias "Destino: Ciudad de México...Una mirada fresca" Llevaremos el boletín a un nuevo nivel por medio de la colección de información más oportuna y llamativa, nueva fotografía y una más fresca y contemporánea presentación. La nueva publicación comprenderá un sólido servicio informativo e incluirá nuevas o poco conocidas connotaciones de esta capital de clase mundial.

Una de las más importantes iniciativas será el desarrollo de una base de datos especializada para la distribución de los boletines. La base es una lista de más de 2000 agentes de viajes, quienes han demostrado su serio interés en México a través de la asistencia a los seminarios dictados a nombre de Sectur. Agregaremos a esta lista los socios de mercadotecnia clave, incluyendo operadores de tours, aerolíneas, hoteleros y líderes de opinión, presidentes de sociedades de la industria, y los medios. Del mismo modo, fusionaremos ésta con la lista del Fondo Mixto, incluyendo agentes de viajes y grupos de planeación de eventos y provereemos copias a las oficinas regionales del Consejo. Estamos convencidos de que estas acciones constituirán un recurso invaluable para los planes de mercadotecnia del Fondo Mixto de Promoción Turística del Distrito Federal.

**B. Presentación en PowerPoint**

La presentación actual del Fondo Mixto en PowerPoint será actualizada periódicamente conforme su uso demande.

## VI. RELACIONES INDUSTRIALES: ESTADOS UNIDOS Y CANADA

El desarrollo de la nueva base de datos será una muy efectiva herramienta no sólo en la distribución de boletines, sino también en cualquier labor de correo directo llevada a cabo durante el próximo año. La agencia proveerá apoyo de relaciones públicas iniciando entrevistas con medios y preparando materiales de prensa para eventos industriales en los que participe el Fondo Mixto, de ITME a ASAE. Tianguis gozará de cobertura a profundidad; y KWE preparará y organizará una conferencia que le enlazará con los medios presentes, para descubrir oportunidades, brindando el apoyo de relaciones públicas adicional que sea necesario.

## VII. PROMOCIONES DE CONSUMO

### Programas Televisivos de Concursos

Hemos logrado posicionar seis paquetes de viajes dentro de los premios ofrecidos en los principales programas televisivos de concursos, como *Jeopardy*, *Wheel of Fortune* y *Hollywood Squares*. Contactaremos e iniciaremos negociaciones con operadores de tours como Mark Travel, Aeromexico Vacations y GoGo Tours para obtener su cooperación en el programa, proporcionando paquetes de viaje de cortesía o a precio especial. Para el caso de no encontrar una respuesta positiva de su parte en cuanto al fincamiento de los paquetes, hemos incluido en el presupuesto la compra de los paquetes, de manera que podamos ajustarnos al calendario de actividades.

## VIII. COMUNICADOS DE CRISIS

Los medios noticiosos más importantes serán monitoreados diariamente en atención a noticias, tanto positivas como negativas que puedan impactar el turismo de la Ciudad de México. Este esfuerzo incluye 77 de los principales periódicos nacionales y regionales, 75 revistas de negocios y consumo, 14 estaciones de televisión con cobertura nacional e internacional, 7 estaciones de Nueva York, 5 en Los Ángeles y tres radiodifusoras. La agencia aconsejará sobre la necesidad de respuesta y preparará ésta, y sobre cualquier otra acción que resulte apropiada.

En el evento de una crisis, o la potencialidad de una, la agencia brindará consejo y encabezará el manejo de la situación, incluyendo la institución de los pasos a seguir y acciones a tomar, preparando discursos para audiencias clave y conduciendo toda estrategia proactiva o reactiva ante los medios.

Otras actividades incluirán un Seminario de Entrenamiento sobre Medios para hasta tres asistentes en las Ciudades de Nueva York o México y la actualización del Manual de Manejo de Crisis, a comenzar en 2001.

CRISIS  
FEBRUARY 26 AM  
UNIT

## **IX. COMUNICADOS INTEGRALES DE MERCADOTECNIA:**

Con una nueva campaña de publicidad en puerta, creemos que es una oportunidad y necesidad crítica el crear una estrecha relación entre la agencia de relaciones públicas y la agencia de publicidad. Proponemos, una vez que la agencia de publicidad, la celebración de una junta de coordinación y en adelante, reuniones periódicas en sedes alternas como las Ciudades de Nueva York, México y Los Ángeles. Uno de los rubros que requerirá una muy dedicada labor de equipo será el desarrollo de un nuevo sitio de Internet y un área de prensa donde los comunicados puedan ser publicados junto con fotografías. Hemos dispuesto tiempo en el programa para la coordinación de estas actividades.

## **X. EVALUACIÓN DEL PROGRAMA**

A la conclusión del programa, presentaremos un reporte de Burrelle's que detalle:

- Circulación total y número de impresiones de la cobertura de medios
- Equivalencia en publicidad de la cobertura de medios
- Entrega de mensajes de mercadeo clave en cada artículo o transmisión
- El número de artículos positivos y negativos
- Alcance en mercados clave en los ámbitos geográficos regional, nacional e internacional

The right side of the page contains several handwritten marks. At the top is a large, stylized signature. Below it is a vertical scribble of lines. Further down is a horizontal line with a small arrow pointing to the right. At the bottom is another signature.

Iniciativa	Sep-00	Oct-00	Nov-00	Dic-00	Ene-01	Feb-01	Mar-01	Abr-01
Calendario de Actividades -- Fondo Mixto de Promoción Turística de la Ciudad de México								
Campaña de Relaciones Públicas:								
Estados Unidos y Canada								
Monitoreo de Medios								
Presentación(es) en PowerPoint								
Reporte de Actividades								
Reporte Financiero								
Relaciones Industriales y con el Consumidor								
Boletín Informativo (2)								
Producción y Desarrollo de una Nueva Base de Datos								
Programas Televisivos de Concursos (6)								
Relaciones con los Medios de Comunicación								
Buró de noticias								
Viajes de Familiarización (6)								
Carpetas de Prensa								
Comunicados de Prensa (3 por mes)								
Medios Electrónicos								
Informativos Radifónicos								
Invitación a Medios Televisivos								
Producción de Audiovisual								
Fotografía Original								
Cobertura de Medios Hispanos								
Eventos								
ITME								
ASAE								
SATW								
Trianguis								
Comunicados de Crisis								
Comunicados Integrales de Mercadotecnia								
Apoyo a Cuenta								
Consultoría de Relaciones Públicas y Mercadotecnia								
Evaluación								


**Estado de Pagos a KWE Associates, Inc.**

Las cantidades están expresadas en Dólares Americanos)

	Cuotas	Gastos	Total a Pagar
Septiembre, 2000	\$ 141,678.50	\$ 64,141.00	\$ 205,819.50
Octubre, 2000	\$ 75,062.50	\$ 38,375.00	\$ 113,437.50
Noviembre, 2000	\$ 75,062.50	\$ 38,375.00	\$ 113,437.50
Diciembre, 2000	\$ 75,062.50	\$ 38,375.00	\$ 113,437.50
Enero, 2000	\$ 75,062.50	\$ 38,375.00	\$ 113,437.50
Febrero, 2000	\$ 75,062.50	\$ 38,375.00	\$ 113,437.50
Marzo, 2000	\$ 75,062.50	\$ 38,375.00	\$ 113,437.50
Abril, 2000	\$ 75,062.50	\$ 38,375.00	\$ 113,437.50
<b>Total</b>	<b>\$ 667,116.00</b>	<b>\$ 332,766.00</b>	<b>\$ 999,882.00</b>

**Información sobre la Transferencia de Fondos:**

en Weiner Escalera Associates, Inc.  
 American Bank  
 Fifth Avenue  
 York, NY 10022  
 Número ABA de Enrute 021001486  
 Número de Cuenta 030028427

  
  
 ga

State of New York  
Department of State } ss:

P.03.04

I hereby certify, that the Certificate of Incorporation of KAREN WEINER ESCALERA ASSOCIATES, INC. was filed on 03/25/1981, with perpetual duration, and that a diligent examination has been made of the Corporate Index for documents filed with this Department for a certificate, order, or record of a dissolution, and upon such examination, no such certificate, order or record has been found, and that so far as indicated by the records of this Department, such corporation is a subsisting corporation. I further certify the following:

A Certificate of Amendment was filed on 02/17/1993.

A Biennial Statement was filed 03/21/1995.

A Biennial Statement was filed 07/29/1999.

I further certify, that no other documents have been filed by such Corporation.

